

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Metode Penelitian**

##### **3.1.1. Riset Kualitatif**

Metode Kualitatif merupakan proses penelitian dan ilmu pengetahuan yang tidak sederhana apa yang terjadi pada penelitian kuantitatif, karena sebelum hasil-hasil penelitian kualitatif memberi sumbangan pada ilmu pengetahuan, tahapan penelitian kualitatif melampaui berbagai tahapan berfikir kritis ilmiah, yang mana seseorang peneliti memulai berfikir secara induktif, yaitu menangkap berbagai fakta atau fenomena-fenomena sosial, melalui pengamatan di lapangan (Bungin, 2007). Daymond dan Holloway (2002) menjelaskan metode kualitatif memusatkan pada penyelidikan terhadap cara manusia memaknai kehidupan sosial mereka. Ariani (2012) pendekatan kualitatif cenderung bersifat induktif dan eksploratoris dengan menggali sebanyak mungkin fenomena yang dihadapi, tanpa membatasi pada pengukuran variabel dan pengujian hipotesis.

Daymond dan Holloway (2002) metode kualitatif memiliki karakteristik antara lain: (1) Riset kualitatif berfokus pada kata bukannya angka, walaupun ada kalanya angka digunakan untuk menandai frekuensi atau terjadinya tindakan tertentu. (2) Keterlibatan peneliti dengan orang-orang yang diteliti dan (3) Sudut pandang partisipan.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif studi kasus deskriptif. Studi kasus yang dimaksudkan adalah mengenai fenomena tas plastik berbayar. Melalui

desain ini diharapkan mampu mendapatkan informasi secara lebih dalam dan lebih jelas terkait pandangan tas belanja plastik berbayar dari tiga sudut pandang.

### 3.1.2. *Grounded Theory*

Terdapat banyak metode yang dapat digunakan oleh peneliti terkait dalam penelitian kualitatif, salah satunya adalah *Grounded theory*. Metode ini digunakan sebagai alat induktif untuk mengeksplorasi dan membangun kerangka kerja teoritis yang didasarkan pada transkrip dan catatan yang lengkap (Ariani, 2012). *Grounded theory* merupakan salah satu lingkup dalam penelitian kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan metode wawancara mendalam dan juga pengalaman dari subjek penelitian menurut Daymond dan Holloway, 2002.

Strauss dan Corbin (1990) dalam Sekaran (2013) menjelaskan *Grounded theory* merupakan seperangkat prosedur sistematis untuk mengembangkan teori induktif dari data. *Grounded Theory* adalah satu metode penelitian yang mendasarkan diri kepada fakta dan menggunakan analisis perbandingan bertujuan untuk mengadakan generalisasi empiris, menetapkan konsep-konsep, membuktikan teori dan mengembangkan teori dimana pengumpulan data dan analisis data berjalan bersamaan. Sekaran (2013) menyebutkan alat penting dalam *Grounded theory* adalah teori sampling, coding, dan perbandingan konstan. Menurut Moleong (2007) dalam Triastera (2009). Beberapa tahapan analisis dalam metode *Grounded Theory*, antara lain:

## 1. Koding

Koding adalah proses membuat kategorisasi data kualitatif yang juga menguraikan implikasi dan rincian-rincian kategorinya, dengan mempertimbangkan data yang muncul secara rinci sementara peneliti mengumpulkan koding yang lainnya, kemudian mengkaitkan dengan kode-kode inti. Berikut koding dalam penelitian ini:

### Koding Variabel

1. **LBI** = Latar Belakang Informan
2. **KPB** = Pengetahuan mengenai Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar
3. **HPB** = Respon Perilaku Konsumen pada Harga Tas Belanja Plastik Berbayar
4. **KEPB** = Kesadaran Konsumen dan Edukasi Konsumen mengenai Tas Belanja Plastik Berbayar
5. **EPB** = Evaluasi terhadap Berlakunya Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar

### Koding Informan

1. **IRB** = Ibu rumah tangga yang membawa tas belanja sendiri
2. **IRTB** = Ibu rumah tangga yang tidak membawa tas belanja sendiri
3. **RB** = Remaja yang membawa tas belanja sendiri
4. **RTB** = Remaja yang tidak membawa tas belanja sendiri
5. **R** = Retail
6. **P** = Badan Lingkungan Hidup (BLH)

## 2. Memoing

Memoing adalah proses mencatat pemikiran-pemikiran dan gagasan dari peneliti sewaktu hal muncul selama studi. Peneliti memikirkan bahwa memoing itu dilakukan dengan cara ekstensif dalam catatan marginal dan tanggapan-tanggapan yang diberikan dalam catatan lapangan.

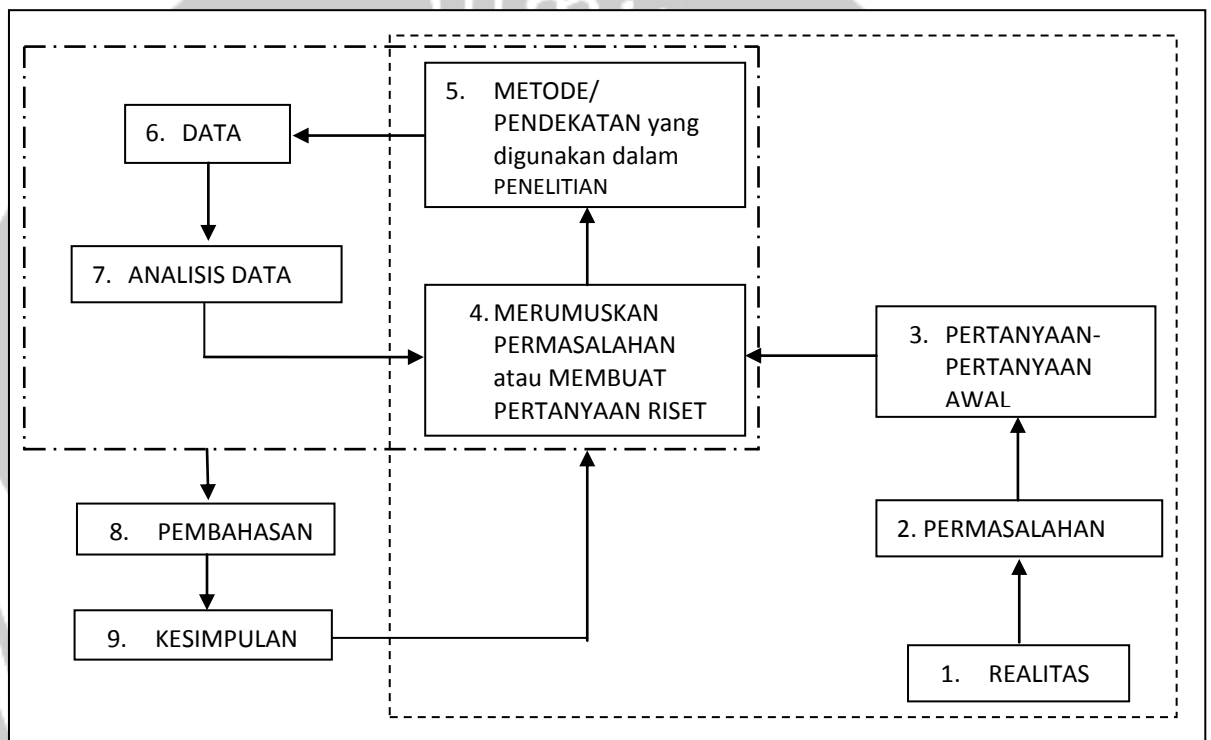
Menurut Daymond & Holloway (2002) tujuan dari *Grounded Theory* adalah membangun teori baru, walaupun sering juga digunakan untuk memperluas atau memodifikasi teori yang sudah ada. Dalam penelitian umumnya diawali dengan desain tertentu, namun *Grounded theory* tidak demikian. Peneliti akan langsung ke lapangan, merumuskan masalah yang langsung ditemukan di lapangan, data merupakan sumber teori, dan teori berdasarkan data sehingga teori juga lahir dan berkembang di lapangan (Bungin, 2007)

### 3.2. Desain Penelitian

Penelitian ini mengarah pada studi eksplorasi karena lebih menekankan untuk melihat respon konsumen, retail, dan pemerintah mengenai kebijakan tas belanja plastik berbayar di Kota Yogyakarta. Secara garis besar, penelitian ini mampu menunjukkan profil yang lengkap atas informan, informasi mengenai pengetahuan informan, respon, kesadaran dan edukasi konsumen, dan mengevaluasi kebijakan tas belanja plastik berbayar.

Sebelumnya perlu dipahami bahwa rumusan masalah dalam penelitian kualitatif sifatnya tidak tetap, dapat berubah seiring pengambilan data. Hal ini

terjadi karena dalam penelitian kualitatif pengumpulan dan analisis data merupakan suatu kesatuan, maka perkembangan rumusan masalah potensial terjadi saat pengumpulan dan analisis data berlangsung. Berikut adalah kerangka metodologi penelitian ini:



Sumber: Raharjo (2005)

**Gambar 3.1**  
**Kerangka Metodologi**

### 3.3. Alat Analisis

Pendekatan kualitatif yang dilakukan adalah fenomenologi yaitu melihat dari sudut pandang informan mengenai penggunaan tas belanja plastik berbayar beserta permasalahannya. Penggunaan alat analisis untuk melihat dan menangkap hal ini, analisis isi dipilih karena dirasa cocok untuk mengklarifikasi mengenai kata kunci yang dihasilkan. Peneliti menggunakan alat ini karena analisis isi

merupakan metode yang salah satu tujuannya menggambarkan karakteristik pesan melalui perantara teks.

### **3.3.1. Analisis Isi (*Content Analysis*)**

Bungin (2007) menjelaskan analisis isi adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Menurut Kolbe dan Burnett (1991) dalam Sekaran (2013) analisis isi merupakan metode penelitian observasi yang digunakan untuk mengevaluasi konten simbolis dari semua bentuk komunikasi yang tercatat. Analisis isi sapat digunakan untuk surat kabar, website, iklan, rekaman wawancara, dan sejenisnya. Menurut Ariani (2012) analisis isi merupakan pendekatan yang sistematis dan teliti untuk menganalisis pendokumentasian yang dicapai dan didukung dalam penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis informasi tekstual dan sistematis, mengidentifikasi sifat-sifatnya, seperti kata-kata tertentu, karakter, tema, atau kalimat. Dimana teks akan dikodekan kedalam kategori dan kemudian dianalisis menggunakan analisis konseptual atau analisis relasional.

Soemantri (2005) dalam Setiawan (2016) menjelaskan bahwa analisis isi mengkaji dokumen-dokumen berupa kategori umum dari makna. Peneliti dapat menganalisis beraneka ragam dokumen. Analisis ini menfokuskan pada penggalian dan alur pengalaman dari proses interaksi peneliti dengan subjek yang diteliti dengan teknik wawancara mendalam. Dalam analisis isi peneliti memfokuskan diri pada penggalian tekstur dan alir pengalaman selektif dari

proses interaksi peneliti dan subjek yang ditelitinya dengan teknik wawancara mendalam.

Analisis isi menurut Krippendorff (1993) dalam Kalaway (2009) adalah teknik penelitian untuk menghasilkan inferensi terhadap data verbal dan data simbolik yang dapat diulangi dan valid dimana analisis berbentuk dokumen dan teks yang berupaya mengkuantifikasi isi menurut category yang sudah ditetapkan dengan cara sistematis dan dapat diulang-ulang sehingga penggunaan prosedur penghitungan dan perekaman yang objektif dan sistematis untuk menghasilkan deskripsi tentang simbolik sebuah teks. Analisis wacana merupakan salah satu alternatif dari analisis isi kualitatif. Analisis wacana lebih memperhitungkan pemaknaan teks daripada penjumlahan unit. Dasar analisis wacana adalah interpretasi karena analisis wacana merupakan bagian dari metode interpretatif yang mengandalkan interpretasi dan penafsiran peneliti.

Moleong (2007) dalam Triastera (2009) menguraikan prinsip dasar analisis isi yang terdiri dari lima unsur; pertama, dan yang terpenting dimana proses mengikuti aturan dan prosedur. Kedua, kajian isi adalah proses sistematis. Hal ini berarti dalam rangka pembentukan kategori sehingga memasukkan dan mengeluarkan kategori dilakukan atas dasar aturan yang taat asas. Ketiga, kajian isi merupakan proses yang diarahkan untuk mengeneralisasi. Keempat, kajian ini mempersoalkan isi yang termanifestasikan. Kelima, kajian isi menekankan analisis secara kuantitatif, namun hal itu dapat pula dilakukan bersama analisis kualitatif.

### 3.4. Lingkup Penelitian

Lingkup penelitian ini hanya dalam batas wilayah lokal yaitu subjek yang akan diteliti hanya sebatas yang ada di Kota Yogyakarta. Meskipun pada dasarnya kebijakan ini diberlakukan secara luas di 23 kota di Indonesia.

### 3.5. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang dimaksud subjek penelitian adalah informan yang memberikan data penelitian berupa wawancara. Informan dalam wawancara ini adalah pihak konsumen, retail, dan pemerintah di Kota Yogyakarta.

**Tabel 3.1**  
**Subjek Penelitian**

Nama		Keterangan	Koding
Konsumen	Ibu Rumah Tangga	Dua orang ibu rumah tangga yang membawa tas belanja sendiri	IRB1
			IRB2
	Remaja Putri	Dua orang ibu rumah tangga yang tidak membawa tas belanja sendiri	IRTB1
			IRTB2
		Dua orang remaja putri yang membawa tas belanja sendiri	RB1
			RB2
Retail	Minimarket	Dua orang remaja putri yang tidak membawa tas belanja sendiri	RTB1
			RTB2
		Kepala Toko Alfamart Babarsari	R1
	Supermarket	Kasir Indomaret Dirgantara	R2
		Kasir Circle K Kledokan	R3
Pemerintah	Badan Lingkungan Hidup Yogyakarta	Kepala Toko Mirota Kampus Jl. C. Simanjuntak	R4
		Kepala Toko Giant Express Urip Sumoharjo	R5
			P

Sumber: pengolahan data primer (2017)



Dalam pemilihan informan kualitatif menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu memilih informan menurut kriteria tertentu yang telah ditetapkan seturut dengan tema penelitian. Dimana kriteria tertentu ini harus sesuai dengan topik penelitian dan informan yang dipilih dianggap orang yang kredibel untuk menjawab masalah penelitian. Kriteria dalam pemilihan informan antara lain: (1) ibu rumah tangga dan remaja yang selalu secara rutin melakukan perbelanjaan rutin di pasar swalayan dengan membawa dan tidak membawa tas belanja sendiri, (2) mereka berdomisili di Kota Yogyakarta, (3) dan retail yang dipilih merupakan retail yang terdapat di Kota Yogyakarta.

Pemilihan ibu rumah tangga dan remaja putri diasumsikan karena mereka dinilai sering berbelanja di pasar swalayan. Adanya pemilihan ibu rumah tangga yang membawa dan tidak membawa tas belanja sendiri ditujukan untuk melihat perbedaan sudut pandang mengenai kebijakan tas belanja plastik. Sedangkan retail yang dipilih adalah *minimarket* dan *supermarket* di Kota Yogyakarta dimaksudkan untuk melihat penerapan kebijakan di dua jenis retail tersebut, terlebih pada fungsi *supermarket* adalah sebagai tempat berbelanja dalam skala besar sedangkan *minimarket* sebagai tempat pembelian dalam skala lebih kecil. Kemudian dari pemerintah adalah Badan Lingkungan Hidup.

Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah tas belanja plastik berbayar dengan harga Rp 200,00 yang dibebankan pihak retail kepada konsumen karena mendukung kebijakan pemerintah di Kota Yogyakarta.

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

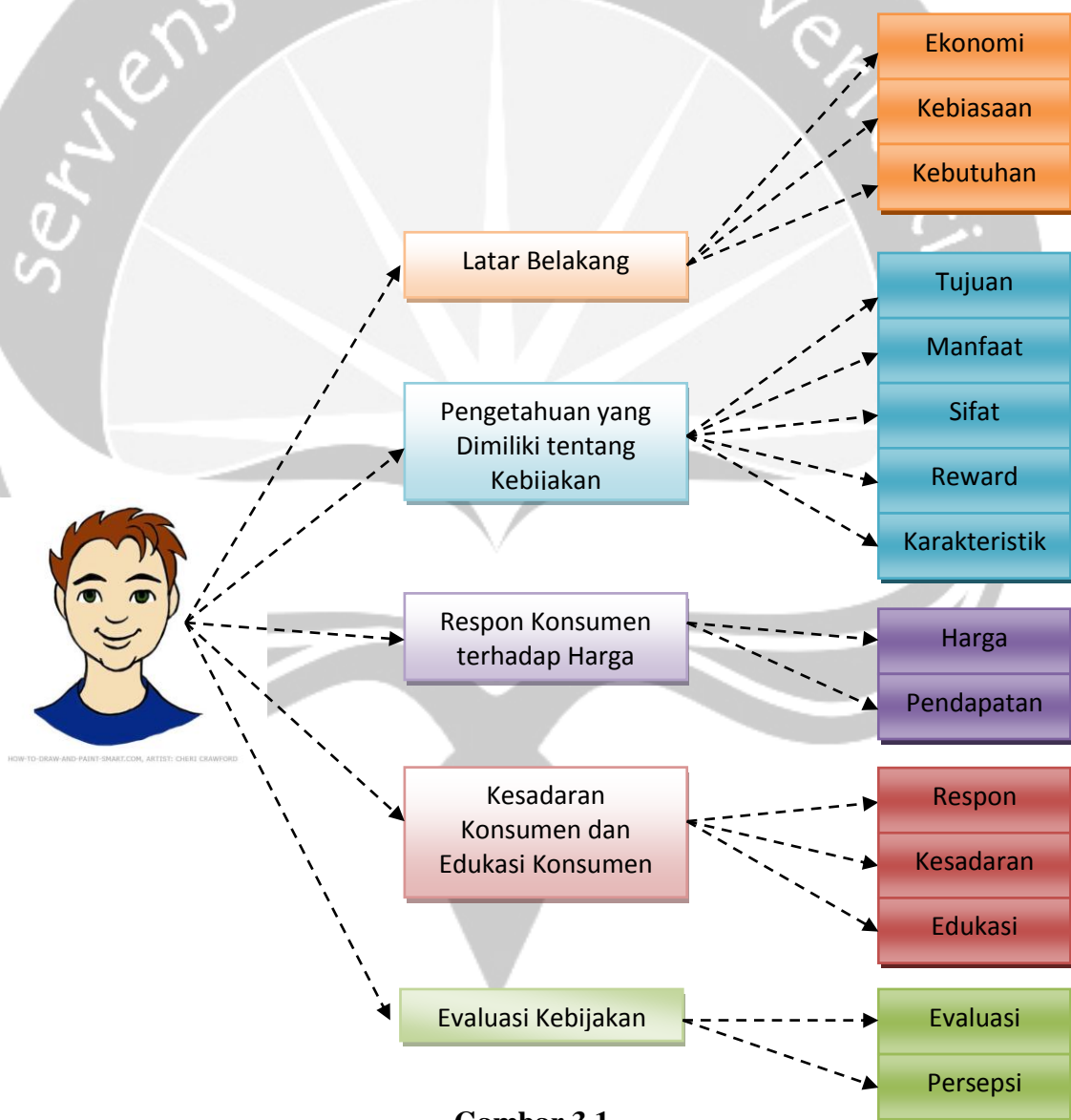
Kualitas pengumpulan data merupakan salah satu yang akan mempengaruhi hasil penelitian. Kualitas pengumpulan data tentunya juga dipengaruhi oleh cara-cara yang digunakan untuk mendapatkan data. Adapun data yang digunakan yaitu:

1. Data Primer, yaitu data diperoleh melalui wawancara secara langsung kepada informan baik dari konsumen maupun dari pihak retail serta melakukan beberapa observasi langsung mengenai berlangsungnya kebijakan tas belanja plastik berbayar di beberapa retail di Kota Yogyakarta
2. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh melalui internet, buku, atau data-data dari perusahaan. Data sekunder digunakan untuk melihat informasi-informasi secara umum dan terbaru mengenai kebijakan seperti isi dari surat edaran, dan beberapa data penggunaan plastik di retail.

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam atau *in depth interview* mengenai diberlakukannya kebijakan tas belanja plastik berbayar. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, satu pihak sebagai yang pewawancara dan pihak lainnya sebagai yang diwawancarai, menurut Moleong (2007) dalam Triastera (2009).

### 3.7. Panduan Pertanyaan Terbuka Terhadap Informan

Dalam membuat penelitian kualitatif, panduan pertanyaan merupakan hal penting karena penelitian ini dapat menghasilkan suatu hal yang tidak dapat diprediksi karena penelitian ini sifatnya adalah penelitian fenomenologi dimana penelitian lebih mengedepankan proses. Panduan wawancara bertujuan untuk mendapatkan hasil agar tidak lepas dari konteks secara umum.



**Gambar 3.1**  
**Skema Guide In-depth Interview**

### 3.7.1. Konsumen

**Tabel 3.2**  
**Panduan Wawancara Konsumen**

<b>PANDUAN WAWANCARA</b>			
<b>Data Informan</b>			
Nama	:	Profesi	:
Jenis Kelamin	:	Tingkat Pendidikan	:
Usia	:	..... tahun	
<b>Latar Belakang Informan</b>			
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Berapa kira-kira jumlah pendapatan Anda dalam sebulan?</li><li>2. Di pembelian retail pasar swalayan mana Anda biasa berbelanja?</li><li>3. Berapa rata-rata pengeluaran belanja Anda setiap sekali belanja di pembelian retail pasar swalayan?</li><li>4. Berapa kali Anda berbelanja dalam sebulan ke pembelian retail pasar swalayan?</li><li>5. Apakah ketika berbelanja Anda membutuhkan tas belanja plastik? Berapa yang anda butuhkan?</li><li>6. Apakah Anda memiliki tas belanja sendiri? Jika iya, terbuat dari bahan apa tas Anda?</li><li>7. Apakah Anda membawa tas sendiri?</li></ol>			
<b>Pengetahuan Mengenai Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar</b>			
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Apakah Anda mengetahui mengenai kebijakan tas belanja plastik berbayar?</li><li>2. Apakah Anda mengetahui tujuan kebijakan tas belanja plastik berbayar?</li><li>3. Menurut Anda manfaat apa yang Anda dapatkan terkait kebijakan ini diberlakukan?</li><li>4. Berdasarkan yang Anda ketahui, kebijakan ini diberlakukan wajib atau tidak?</li></ol>			

5. Apakah Anda mendapatkan *reward* saat membawa tas belanja sendiri dari rumah?
6. Apakah Anda mengetahui karakteristik bahan dari tas belanja plastik berbayar?
7. Pada saat berbelanja apakah Anda mengetahui adanya pengawasan terkait berlakunya kebijakan tersebut?

***Respon Perilaku Konsumen pada Harga Tas Belanja Plastik Berbayar***

1. Bagaimana Respon Anda sebagai pembeli mengenai kebijakan harga Rp 200,00? Mahal/ murah? Menurut Anda harga yang tepat berapa dan mengapa?
2. Apakah Anda memperhatikan harga Rp 200,00 yang Anda bayar itu per tas belanja plastik atau pertransaksi saat berbelanja?
3. Saat Anda membeli tas belanja plastik tersebut apakah Anda mengecek harga tersebut pada struk belanja Anda?
4. Sebagai pembeli apakah Anda memahami biaya Rp 200,00 tersebut diserahkan dan digunakan untuk apa?

***Kesadaran Konsumen dan Edukasi Konsumen Mengenai Tas Belanja Plastik Berbayar***

1. Bagaimana respon Anda saat diberlakukan kebijakan tas belanja plastik berbayar?
2. Apakah melalui kebijakan ini menjadi edukasi bagi diri Anda dan mengajarkan Anda untuk membawa tas belanja sendiri?
3. Apakah melalui penerapan kebijakan tas belanja plastik penggunaan tas belanja plastik Anda berkurang?
4. Apakah Anda akan lebih memilih berbelanja di retail yang tidak menerapkan kebijakan tas belanja plastik berbayar?
5. Apakah Anda pernah mendapatkan sosialisasi mengenai kebijakan ini/ ajakan untuk membawa tas belanja sendiri?

***Evaluasi Terhadap Berlakunya Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar***

1. Setelah berlaku dari bulan Februari 2016 hingga saat ini apakah kebijakan tas belanja plastik berbayar sudah berjalan secara baik?
2. Hingga saat ini apakah Anda masih melihat kebijakan tas belanja plastik diterapkan?
3. Menurut Anda apa saja yang harus dibenahi atau diperbaiki agar kebijakan berjalan lebih baik lagi?
4. Menurut Anda untuk mendukung kebijakan ini apa saran yang dapat Anda berikan agar tujuan utama berkurangnya sampah plastik berkurang?
5. Secara keseluruhan penggunaan plastik terbesar tidak hanya pada tas belanja plastik, banyak sekali penggunaan plastik di bidang yang lain. Menurut Anda bagaimana cara yang dapat di gunakan sehingga benar-benar penggunaan plastik di Indonesia sendiri berkurang?

Sumber: pengolahan data primer (2017)

**3.7.2. Retail**

**Tabel 3.3**

**Panduan Wawancara Retail**

**PANDUAN WAWANCARA**

**Data Informan**

Nama	:	Profesi	:
Jenis Kelamin	:	Tempat Kerja	:
Usia	: ..... tahun	Tingkat Pendidikan	:

### ***Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar***

1. Bagaimana latar belakang diberlakukannya kebijakan tas belanja plastik berbayar mulai diterapkan khususnya di kota Yogyakarta?
2. Apakah retail mengetahui maksud dan tujuan diberlakukannya kebijakan tas plastik berbayar di Kota Yogyakarta?
3. Manfaat apa yang retail dapatkan dari memberlakukannya kebijakan tas belanja plastik berbayar?
4. Bagaimana sifat dari kebijakan tersebut? Wajib/ Tidak wajib?
5. Apakah pemerintah memiliki *reward* bagi retail karena menerapkan kebijakan tas belanja plastik berbayar?
6. Apakah adanya perbedaan bahan dari tas belanja plastik saat adanya kebijakan berbayar dengan sebelum diberlakukan kebijakan berbayar?
7. Apakah pihak retail memiliki *Standart Operating Procedure* (SOP) terkait diberlakukannya kebijakan tas belanja plastik berbayar?
8. Saat diberlakukannya kebijakan ini adakah pengawas dari pihak-pihak terkait?

### ***Respon Perilaku Konsumen pada Harga Tas Belanja Plastik Berbayar***

1. Menurut pihak retail apakah harga Rp 200,00 merupakan harga yang tepat untuk mengurangi penggunaan tas belanja plastik?
2. Harga Rp 200,00 tersebut dibebankan per tas belanja plastik atau per transaksi kepada pembeli?
3. Apakah tas belanja plastik yang dibeli oleh pembeli akan masuk pada sistem komputer pihak retail dan tercantum pada struk belanja konsumen?
4. Dalam prosedurnya semua pendapatan dari penggunaan tas belanja plastik berbayar diserahkan kepada siapa dan digunakan untuk hal apa?

***Kesadaran Konsumen dan Edukasi Konsumen Mengenai Tas Belanja Plastik Berbayar***

1. Bagaimana respon pembeli mengenai tas belanja plastik yang diberikan tidak lagi gratis? Respon yang paling umum ditemui?
2. Apakah melalui kebijakan tas belanja plastik berbayar mengajarkan pembeli untuk membawa tas belanja sendiri?
3. Apakah dengan penerapan kebijakan ini terjadi penurunan jumlah tas belanja plastik yang dikeluarkan retail?
4. Apakah dengan diberlakukannya kebijakan ini terjadi penurunan omset perusahaan?
5. Edukasi dan sosialisasi apa yang dilakukan oleh pihak retail kepada pembeli terkait kebijakan tas belanja plastik berbayar?

***Evaluasi Terhadap Berlakunya Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar***

1. Melalui data Kuantitatif, apakah terjadi penurunan penggunaan tas belanja plastik di retail Anda?
2. Hingga saat ini apakah pihak retail masih menerapkan kebijakan ini atau tidak? Mengapa?
3. Sampai saat ini apa saja yang menjadi permasalahan terkait diberlakukannya kebijakan tas belanja plastik berbayar?
4. Bagaimana pihak retail menilai dan mengevaluasi kebijakan ini? Bagaimana saran yang dapat diberikan guna mendukung kebijakan ini?
5. Secara keseluruhan penggunaan plastik tidak hanya pada tas belanja plastik dan banyak sekali penggunaan plastik di bidang-bidang yang lain. Menurut retail sendiri cara yang dapat digunakan sehingga benar-benar penggunaan plastik di Indonesia sendiri berkurang?

Sumber: pengolahan data primer (2017)



### 3.7.3. Pemerintah

**Tabel 3.4**  
**Panduan Wawancara Pemerintah**

<b>PANDUAN WAWANCARA</b>			
<b>Data Informan</b>			
Nama	:	Profesi	:
Jenis Kelamin	:	Tempat Kerja	:
Usia	:	..... tahun	
<b>Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar</b>			
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Apa yang melatar belakangi dikeluarkannya surat edaran mengenai tas belanja plastik berbayar?</li><li>2. Seperti apa tujuan yang diharapkan oleh pemerintah dengan memberlakukan kebijakan tas belanja plastik berbayar?</li><li>3. Manfaat apa yang diharapkan bagi pemerintah dterkait diberlakukannya kebijakan tas belanja plastik berbayar?</li><li>4. Bagaimana sifat dari kebijakan tas belanja plastik berbayar yang diterapkan? Wajib/tidak?</li><li>5. Apakah ada sistem <i>reward</i> bagi retail yang menerapkan kebijakan tas belanja plastik berbayar?</li><li>6. Apakah terdapat perbedaan karakteristik tas belanja plastik sebelum dan setelah adanya kebijakan?</li><li>7. Apakah kebijakan tersebut memiliki <i>Standart Operating Procedure (SOP)</i>?</li><li>8. Saat diberlakukannya kebijaksn tas belanja plastik berbayar, apakah pihak pemerintah melakukan pengawasan guna memastikan dapat berjalan dengan baik?</li></ol>			

### ***Harga Tas Belanja Plastik Berbayar***

1. Bagaimana dasar dari ditetapkannya harga Rp 200,00 menjadi harga yang tepat dan diberlakukan di Kota Yogyakarta?
2. Harga Rp 200,00 dibebankan untuk per transaksi atau per tas belanja plastik?
3. Total Pendapatan dari penggunaan tas belanja plastik berbayar yang diterapkan di Kota Yogyakarta di kelola oleh pemerintah?

### ***Kesadaran dan Edukasi Mengenai Tas Belanja Plastik Berbayar***

1. Respon seperti apa yang diharapkan oleh pemerintah dengan diberlakukannya kebijakan tas belanja plastik berbayar?
2. Apakah melalui kebijakan tas belanja plastik berbayar yang diterapkan mampu menyadarkan masyarakat untuk mengurangi penggunaan plastik?
3. Apakah melalui kebijakan ini penggunaan plastik itu sendiri berkurang?
4. Apakah pemerintah menyediakan dana agar kebijakan ini dapat dijalankan dan mencapai tujuan mengurangi sampah plastik di Indonesia?
5. Apa saja sosialisasi yang diberikan oleh pemerintah terkait kebijakan tas belanja plastik berbayar?

### ***Evaluasi Terhadap Berlakunya Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar***

1. Setelah berlaku dari bulan Februari 2016 bagaimana pemerintah menilai kebijakan tas belanja plastik berbayar?
2. Hingga saat ini bagaimana kelanjutan dari kebijakan tas plastik berbayar?
3. Setelah diberlakukannya kebijakan tas belanja plastik berbayar apa saja permasalahan yang muncul terkait kebijakan tersebut?
4. Melihat hal ini bagaimana pemerintah dapat mengevaluasi dan menilai kebijakan tas belanja plastik berbayar?
5. Secara keseluruhan penggunaan plastik tidak hanya pada tas belanja plastik dan banyak sekali penggunaan plastik di bidang-bidang yang lain. Menurut pemerintah sendiri bagaimana menyikapinya?

Sumber: pengolahan data primer (2017)

### 3.8. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ini meliputi sistematika kerja antara lain dijelaskan seperti berikut ini:

1. Melakukan pemilihan informan sesuai pada kriteria yang telah ditetapkan. Sedangkan untuk retail, mengajukan surat dan proposal kepada semua retail yang menerapkan kebijakan tersebut di Kota Yogyakarta. Menjadi informan atau tidak berdasarkan kesediaan pihak retail untuk di wawancarai. Dan pemerintah kepada Badan Lingkungan Hidup (BLH) mengajukan proposal dan surat untuk mengulas kebijakan tas belanja plastik berbayar yang diberlakukan di Kota Yogyakarta.
2. Memperkenalkan diri kepada informan secara jelas dan menjelaskan maksud dan tujuan dari penelitian dilakukan.
3. Pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam dengan menggunakan panduan wawancara dan alat merekam (*voice memos*) yang telah disiapkan ditutup dengan dokumentasi sesuai dengan persetujuan dari informan.
4. Melakukan pencatatan mengenai hal yang penting atau hal yang baru selama *in depth interview* yang dapat diulas lebih dalam lagi dari informan.
5. Melakukan analisis hasil wawancara dalam kolom-kolom sesuai dengan variabel penelitian

6. Mengadakan konfirmasi ulang pada hasil wawancara dengan tujuan yang ingin dicapai peneliti. Jika ada bagian yang kurang jelas, peneliti menghubungi informan kembali melalui *chat whatsapp* atau menghubungi melalui *handphone*.
7. Mengadakan review terhadap hasil wawancara sementara dan mengenai point-point yang mendasar.
8. Menuliskan laporan hasil penelitian

### **3.9. Trianggulasi dan Orisinalitas**

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berdasarkan pada fakta di lapangan tanpa mengubah konteks penelitian, keorisinilan data dan juga analisis data yang dihasilkan harus sama dengan hasil di lapangan, dalam hal ini terlibat secara langsung dalam proses penggalan data dan juga proses dalam menganalisis data. Otentisitas penelitian ini dibuktikan dengan adanya data dan alat yang mendukung dalam setiap pelaporan dari informan. Menurut Moleong (2007) dalam Triastera (2011) untuk menetapkan keabsahan (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Dalam penelitian ini kredibilitas peneliti ditentukan oleh kriteria pemilihan informan. Pemilihan informan dilakukan dengan kriteria yang telah ditentukan. Informan konsumen merupakan perempuan yang terdiri dari ibu rumah tangga dan remaja yang memiliki kebiasaan untuk melakukan belanja bulanan di tempat perbelanjaan retail. Informan konsumen terdiri dari dua informan ibu rumah tangga dan dua informan remaja putri yang selalu membawa tas belanja sendiri saat berbelanja. Dan dua ibu rumah tangga dan dua remaja putri yang tidak membawa tas belanja saat berbelanja.

Trianggulasi dengan sumber data dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan dengan (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, (2) membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang yang berada, dan orang pemerintahan, (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Hasil dari perbandingan yang diharapkan adalah berupa kesamaan atau alasan-alasan terjadinya perbedaan (Moleong, 2006 dalam Bungis (2007)).

Sekaran dan Bougie (2013) menjelaskan bahwa langkah pertama dalam analisis data kualitatif adalah reduksi data melalui tahapan yakni tahap *editing* dengan mengelompokan data, pengkodean, dan meringkas data yang dinilai sesuai dengan konteks obyek penelitian. Trianggulasi sumber data juga memberi kesempatan untuk dilakukannya hal-hal sebagai berikut: (1) penilaian hasil penelitian dilakukan oleh responden, (2) mengoreksi kekeliruan oleh sumber data, (3) menyediakan tambahan informasi secara sukarela, menciptakan kesempatan untuk mengikhtisarkan sebagai langkah awal untuk analisis data, (4) memasukkan informasi dalam kancan penelitian, (5) memiliki kecukupan menyeluruh data yang dikumpulkan (Moleong, 2006 dalam Bungis (2007)).

### 3.10. Laporan Pelaksanaan Penelitian

Pemilihan informan didasarkan pada kriteria yang telah ditetapkan. Informan adalah ibu rumah tangga dan remaja putri yang membawa dan tidak membawa tas belanja sendiri di perbelanjaan retail di Kota Yogyakarta. Dalam menentukan seseorang apakah dapat menjadi informan atau tidak, maka peneliti melakukan pra survei yang bersifat langsung dan *on the spot* kepada ibu rumah tangga dan remaja putri. Pertanyaan yang diajukan antara lain:

**Tabel 3.5**  
**Pertanyaan Pemilihan Informan**

Nama	:
Usia	:
Nomor Telp	:
1. Apakah Anda ibu rumah tangga atau remaja putri yang melakukan belanja rutin di pasar swalayan? (Ya/Tidak)	
2. Apakah Anda ibu rumah tangga atau remaja putri yang membawa tas belanja sendiri saat berbelanja? (Ya/Tidak)	

Sumber: pengolahan data primer (2017)

Penyaringan dilakukan melalui pertanyaan diatas kepada beberapa sampel. Penentuan sampel menjadi informan terletak pada pertanyaan pertama jika sampel menjawab “Ya” sedangkan pertanyaan kedua “Ya/Tidak” tetap dapat menjadi informan. Peneliti mengadakan pra survei kepada 20 orang yaitu 6 ibu rumah tangga dan 14 orang remaja putri. Dari survei tersebut terdapat 8 orang yang

sesuai dengan kriteria dan mau untuk melakukan wawancara sedangkan sisanya 12 orang tidak termasuk dalam kriteria, tidak bersedia, dan keterbatasan waktu untuk melakukan wawancara.

Proses selanjutnya adalah mendata dan membuat jadwal untuk melakukan wawancara. Setelah proses wawancara dari 8 orang informan 2 orang informan karena keterbatasan waktu wawancara yang dilakukan belum selesai dan sulit mengatur jadwal kembali. Sehingga peneliti harus kembali mencari informan yang sesuai dengan kriteria. Berikut data mengenai informan:

**Tabel 3.6**  
**Karakteristik Informan Konsumen**

<b>Label Informan</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Usia</b>	<b>Status Pekerjaan</b>	<b>Tingkat Pendidikan</b>
IRB1	Perempuan	36 Tahun	Ibu Rumah Tangga dan Karyawan Keuangan	S1
IRB2	Perempuan	57 Tahun	Ibu Rumah Tangga dan Guru SD	S1
IRTB1	Perempuan	35 Tahun	Ibu Rumah Tangga dan Staff Gembala Gereja	S1
IRTB2	Perempuan	36 Tahun	Ibu Rumah Tangga	S2
RB1	Perempuan	24 Tahun	Pekerja Swasta	S1
RB2	Perempuan	20 Tahun	Mahasiswi	SMA
RTB1	Perempuan	21 Tahun	Mahasiswi	SMA
RTB2	Perempuan	23 Tahun	Konsultan Bisnis	S1

Sumber: pengolahan data primer (2017)

Dalam menentukan informan retail, peneliti menyasar hampir semua retail di Kota Yogyakarta seperti Alfamart, Indomaret, Circle K, Mirota Kampus, Super Indo, Hero, Progo, Giant, Hypermart, dan Carrefour. Tetapi hanya lima retail

yang bersedia untuk melakukan wawancara sedangkan sisanya terkendala oleh peraturan dan otoritas dari kantor pusat. Sehingga data informan retail antara lain:

**Tabel 3.7**  
**Karakteristik Informan Retail**

Jenis Retail	Label Informan	Jenis Kelamin	Usia	Status Pekerjaan	Tingkat Pendidikan
Minimarket	R1	Laki-laki	30 Tahun	Kepala Toko Alfamart Babarsari	S1
	R2	Laki-laki	28 Tahun	Kasir Circle K	SMA
	R3	Perempuan	25 Tahun	Kasir Indomaret Dirgantara	SMA
Supermarket	R4	Laki-laki	36 Tahun	Kepala Toko Mirota Kampus C-Simanjuntak	S1
	R5	Laki-laki	54 Tahun	Kepala Toko Giant Ekspress	S1

Sumber: pengolahan data primer (2017)

Dalam menentukan informan untuk mewakili pihak pemerintah, maka yang dapat memberikan informasi adalah Badan Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta. Berikut karakteristik informan Pemerintah:

**Tabel 3.8**  
**Karakteristik Informan Pemerintah**

Label Informan	Jenis Kelamin	Usia	Status Pekerjaan	Tingkat Pendidikan
P	Laki-laki	51 Tahun	Staff Pengelola Sampah	S1

Sumber: pengolahan data primer (2017)



### 3.10. Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dimulai pada bulan Januari 2017 hingga Maret 2017. Waktu dan durasi pertemuan dengan informan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.9**  
**Durasi Waktu Wawancara Terekam Konsumen**

Informan	Pertemuan	Tanggal	Durasi
IRB1	1	10 Februari 2017	18 menit 57 detik
IRB2	1	26 Februari 2017	17 menit 47 detik
IRTB1	1	28 Februari 2017	11 menit 38 detik
IRTB2	1	23 Maret 2017	15 menit 31 detik
RB1	1	7 Februari 2017	22 menit 16 detik
RB2	1	8 Februari 2017	17 menit 27 detik
RTB1	1	8 Februari 2017	18 menit
RTB2	1	7 Februari 2017	16 menit 54 detik

Sumber: pengolahan data primer (2017)

Sedangkan berikut merupakan durasi waktu yang diperlukan dalam setiap pertemuan wawancara dengan pihak retail yang terekam dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

**Tabel 3.10**  
**Durasi Waktu Wawancara Terekam Retail**

Informan	Pertemuan	Tanggal	Durasi
R1	1	27 Februari 2017	22 menit 09 detik
R2	2	27 Februari 2017	7 menit 51 detik
		28 Februari 2017	8 menit 34 detik
R3	1	2 Maret 2017	16 menit 27 detik
R4	1	1 Maret 2017	19 menit 59 detik
R5	1	20 Maret 2017	27 menit 02 detik

Sumber: pengolahan data primer (2017)

Sedangkan wawancara dengan Badan Lingkungan Hidup waktu yang diperlukan terekam dalam:

**Tabel 3.11**  
**Durasi Waktu Wawancara Terekam Pemerintah**

<b>Informan</b>	<b>Pertemuan</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Durasi</b>
P	1	21 Maret 2017	28 menit 14 detik

Sumber: pengolahan data primer (2017)

Selama proses wawancara, peneliti merekam pembicaraan yang berlangsung dengan menggunakan handphone dengan aplikasi *Voice Memos* sehingga mengurangi proses mencatat dan dapat fokus dalam wawancara. Mengenai teknis wawancara dapat dilihat pada tabel berikut ini, berikut menjelaskan mekanisme wawancara dengan informan konsumen:

**Tabel 3.12**  
**Data Teknis Pengambilan Data Konsumen**

<b>Kode Informan</b>	<b>Jumlah Pertemuan dan Jumlah Wawancara Terekam</b>	<b>Bahasa yang Digunakan</b>	<b>Tempat Pertemuan</b>
IRB1	1	Bahasa Indonesia	Rumah Responden
IRB2	1	Bahasa Indonesia	Gereja GKA
IRTB1	1	Bahasa Indonesia	Gereja GKA
IRTB2	1	Bahasa Indonesia	Seturan
RB1	1	Bahasa Indonesia	Restoran & Cafe
RB2	1	Bahasa Indonesia	Restoran
RTB1	1	Bahasa Indonesia	Restoran
RTB2	1	Bahasa Indonesia	Seturan

Sumber: pengolahan data primer (2017)

Berikut dijelaskan mengenai mekanisme wawancara dengan informan retail-retail di Kota Yogyakarta:

**Tabel 3.13**  
**Data Teknis Pengambilan Data Retail**

<b>Kode Informan</b>	<b>Jumlah Pertemuan dan Jumlah Wawancara Terekam</b>	<b>Bahasa yang Digunakan</b>	<b>Tempat Pertemuan</b>
R1	1	Bahasa Indonesia	Alfamart Babarsari
R2	2	Bahasa Indonesia	Circle K Jl. Perumnas
R3	1	Bahasa Indonesia	Indomaret Dirgantara
R4	1	Bahasa Indonesia	Mirota Kampus Jl. C. Simanjuntak
R5	1	Bahasa Indonesia	Giant Ekspres Urip Sumoharjo

Sumber: pengolahan data primer (2017)

Berikut dijelaskan mengenai mekanisme wawancara dengan informan Pemerintah, yaitu Badan Lingkungan Hidup:

**Tabel 3.14**  
**Data Teknis Pengambilan Data Pemerintah**

<b>Kode Informan</b>	<b>Jumlah Pertemuan dan Jumlah Wawancara Terekam</b>	<b>Bahasa yang Digunakan</b>	<b>Tempat Pertemuan</b>
P	1	Bahasa Indonesia	Kantor Badan Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta

Sumber: pengolahan data primer (2017)